

“TRAJTIMI AUTOMATIK I KORPUSEVE TË SHKRUARA GJUHËSORE SI NJË MJET PËR TË NXJERRË NË PAH (MOS) FUNKSIONIMIN E KOMUNIKIMIT TURISTIK TË TRASHËGIMISË KULTURORE: RASTI I SKETCH ENGINE”

Dr. DRITA RIRA

Fakulteti i Gjuhëve të Huaja
Universiteti i Tiranës
drita.rira@unitir.edu.al

Prof. Dr. ESMERALDA KROMIDHA

Fakulteti i Gjuhëve të Huaja
Universiteti i Tiranës
esmeralda.kromidha@unitir.edu.al

ABSTRACT

Reservoirs of texts that testify to the functioning of a specialized language in discourse, corpora based in one or more languages, represent actual useful resources for the study of certain linguistic or communication phenomena. In this study, we will depart from the assertion that the good practice of the text analysis of targeted and perceived touristic communication for the promotion of the Albanian territory in the last ten years through the ultimate language tool Sketch Engine, in a corpus of texts written in Albanian and French, is a model of text analysis tool that could be used in other language combinations in order to analyze tourism communication.

Keywords: tourism communication, automatic language processing, corpus, cultural heritage

1. Roli dhe ndikimi i analizave gjuhësore për komunikimin turistik të territorit.

Vitet e fundit, krahas zhvillimit gjithnjë e në rritje të sektorit të turizmit në Shqipëri si edhe interesit socio-ekonomik që paraqet ky sektor, një vëmendje e veçantë po i kushtohet edhe studimeve ndërdisiplinore të ndërmarra nga studiues të disiplinave të ndryshme akademike. Mund të pohojmë se shifrat e larta të vizitorëve të huaj në Shqipëri e kanë bërë më të prekshme kërkesë-ofertën për menaxherë projektesh, agjentë marketingu, guida turistike, operatorë, agjentë të ndryshëm, por edhe për specialistë që njohin gjuhë të huaja, specialistë që zotërojnë teknika e strategji të komunikimit ndërkulturor e atij turistik e që plotëson një boshllëk në zinxhirin e profesionistëve të turizmit në Shqipëri.

Në këtë kuadër sa dinamik aq edhe sfidues, ndërdisiplinariteti në fushë të promovimit të trashëgimisë materiale dhe jo materiale, ishte në thelb të një bashkëpunimi akademik mes tri universiteteve, Universitetit të Tiranës (Fakulteti i Gjuhëve të Huaja), Universitetit të Sofies në Bullgari dhe Universitetit të Torinos në Itali, ku pedagogë kërkues të tyre, përfshi edhe autoret e këtij studimi, u angazhuan në një projekt të përbashkët. Ky projekt shkencor i përbashkët « *Quels outils linguistiques et stratégies de communication pour une valorisation du patrimoine culturel matériel et immatériel national?* », më poshtë i referuar si projekti, me në qendër analizat gjuhësore e të komunikimit turistik gjatë promovimit të trashëgimisë materiale dhe jo materiale pati si karakteristikë faktin se të dhënat e analizuara në formë korpusi u trajtuan në mënyrë automatike nëpërmjet mjetit gjuhësor *Sketch Engine* të aplikuar në kuadër të gjetjeve të projektit kërkimor. Studiuesit¹, pjesë e këtij projekti, mundësuan gjetjen e të dhënave të matshme në lidhje me shkallën e përshtatshmërisë së imazhit të perceptuar e të synuar/zyrtar gjatë vlerësimit të shtatë fushave të trashëgimisë së territorit të Shqipërisë (*natyrë, arkitekturë, histori, sporte dhe argëtime, gastronomi, kulturë/muzelidentitet, kulturë/aktivitete spektakli*²).

¹ Prof. Dr. Esmeralda Kromidha, Prof.Dr. Saverina Pasho, Prof.Dr. Artur Sula, Dr. Drita Rira

² Pierre Frustier, *La communication touristique des territoires*, Territorial Éditions, Francë, (2009), fq.9

Për të pasur një komunikim turistik cilësor e sa më efikas nevojitet pikë së pari një analizë e shkallës së njohjes (brenda dhe jashtë) së elementeve materiale të identitetit material të territorit, si edhe një analizë e shkallës së njohjes (brenda dhe jashtë) së vendeve të promovuara dhe imazhit të perceptuar në lidhje me to: qytete, fshatra, dete, liqene, lumenj, male.

Po kështu, nëpërmjet trajtimit automatik të korpuseve të shkruara në frëngjishte dhe shqipe, u arritën të dhëna në lidhje me shkallën e njohjes (famës) së vendeve që vlerësohen dhe, së fundi, (mos) përputhshmërinë mes dy imazheve, (mos) përputhshmërinë mes diskursit zyrtar të prodhuar për promovimin e trashëgimisë dhe synimeve të vizitorit të huaj.



Figura nr. 1. Kundërvënja mes imazhit të synuar dhe imazhit të perceptuar

Pajtueshmëria mes këtyre imazheve në të gjitha fushat e trashëgimisë përbën vetë thelbin e komunikimit turistik, i cili për të qenë efikas, do të duhej të paraqitej në një shkallë të pranueshme përputhshmërie mes imazhit zyrtar dhe atij të perceptuar nga të huajt.

Nga gjetjet e projektit të sipërcituar, u konstatua se kjo analizë gjuhësore e komunikimit turistik ndihmon në orientimin e politikave që lidhen me promovimin turistik të trashëgimisë materiale dhe të përzgjedhjes së produktit të promovueshëm.

U konstatuan gjithashtu edhe disa praktika të (mos) funksionimit të komunikimit turistik. Nga analiza ligjërimore për shkallën e njohjes së vendeve për projektin e Qeverisë “100 Fshatrat”, në krahasimin e imazhit të synuar me atë të perceptuar nga qasja krahasimore e dokumenteve të shkruara në frëngjishte dhe shqipe me qëllim promovimin e këtyre fshatrave doli se vetëm një pjesë shumë e vogël e fshatrave ishte pjesë e komunikimit turistik zyrtar/të synuar dhe të perceptuar/të turistit të huaj në të gjitha fushat e trashëgimisë.

1.1.Mbi bazën e cilës trashëgimi ndërtohet komunikimi-imazhi i synuar/ imazhi i perceptuar?

Çdo kërkim në lidhje me analizat gjuhësore e të komunikimit turistik për ndërtimin e një korpusi të shkruar për komunikimin turistik të trashëgimisë do të duhej të nisej nga elemente të trashëgimisë materiale e jo materiale të përmbledhura në të dhëna zyrtare të burimeve të turizmit mbi të cilat ndërtohet më pas komunikimi (imazh i synuar/ perceptuar) për promovimin e trashëgimisë materiale të territorit.

Baza kombëtare e të dhënave të burimeve turistike³, e cila për herë të parë ka filluar të katalogohet në vitin, 2019 , në kohën kur ka filluar projekti më sipër, përmbante 3380 zëra, të ndara në kategori dhe nën kategori, përkatësisht:

1. Turizmi i natyrës: 726 Burime të tjera natyrore(632), Turizmi malor 25, Turizmi malor/sporte (25), Ekoturizmi(16), Rural - 23
2. Turizmi kulturor 2422: Historik-arkeologjik (416),Trashëgimi 227, Fetar (317), Trashëgimi/arkitekturë (827), Burime te tjera kulturore (26), Trashëgimia kulturore (4)
3. Turizmi bregdetar (42): Turizmi i diellit dhe i detit (42)
4. Turizmi tematik (I interesit te veçantë) (114): shpelleologjia(114)
5. Turizmi i eventeve (6): Festival tipologjik (6)

E shprehur në përqindje: 73% Turizëm kulturor, 22% Turizëm i natyrës, 4 % Turizëm bregdetar, 1% Turizëm tematik.

Baza e të dhënave të burimeve turistike *pohon* faktin se Shqipëria posedon një trashëgimi mjaft të pasur kulturore (73%) të gjithë bazës së të dhënave, trashëgimi e cila ka nevojë të promovohet, pra të ndërtohet një imazh i synuar për të, por edhe të shikohet se si perceptohet imazhi i perceptuar mbi to. Pas konfrontimit të imazhit të synuar me atë të perceptuar, mbetet për t'u parë nëse aktorët e tjerë vendas a të huaj të komunikimit nxjerrin në pah këtë trashëgimi.

1.2.Fushat e trashëgimisë materiale: objekt studimi gjuhësor i komunikimit turistik mbi territorin (P.Frustier)

Fushat e trashëgimisë mbi bazën e të cilave do të ndërtohen korpuse të shkruara(dokumente të shkruara) ose vizuale (fotografi) që do të kenë

³ <https://turizmi.gov.al/burimet-turistike/>

objekt studimi gjuhësor (mos) funksionimin e komunikimit turistik, pra, përputhshmërinë mes imazhit të synuar dhe atij të perceptuar, janë frymëzuar nga trajtesat e hulumtimit e prezantuara nga studiuesi, Prof. Pierre Frustier në librin e tij “*La communication touristique des territoires*” (*Komunikimi turistik i territoreve*), botim i vitit 2009.

1. Arkeologji
2. Histori
3. Muze/ kulturë
4. Kulturë/performancë spektakle/evente
5. Sport dhe kohë e lirë
6. Natyrë
7. Gastronomi

1.3. Korpusi i teksteve/dokumente të shkruara dhe imazheve/dokumente vizuale për komunikimin turistik

Sipas metodologjisë së P.Frustier⁴, për një analizë krahasimore sa më të plotë të komunikimit turistik mes imazhit të synuar dhe atij të perceptuar por edhe që korpusi të jetë sa më përfaqësues për analiza ligjërimore, tipologjia e korpusit duhet të jetë e dyfishtë, pra, të jetë i përbërë nga 1. Korpusi i teksteve/dokumente të shkruara dhe 2. Korpusi i përbërë prej fotografive/imazheve.

Korpusi i teksteve/dokumente të shkruara për komunikimin turistik duhet të jetë në gjendje të jetë sa më përfaqësues për gjetje gjuhësore në fushën e komunikimit turistik (numër minimal dhe maksimal dokumentesh të shkruara).

Ky korpus duhet të përfshijë një larmi dokumentacioni (broshura, fletëpalosje, faqe zyrtare për imazhin e synuar/ si edhe artikuj shtypi në median e shkruar, informacione të shkurtra, përshtypje, rrëfime udhëtimesh në blogje udhëtarësh, Faqe agjencish turistike, *Routard*, *Tripadvisor*, Itinerare, oferta udhëtimi në agjenci udhëtimesh në gjuhën e publikut të synuar që do të përbëjë objektin e analizave mbi komunikimin turistik të trashëgimisë së territorit.).

Korpusi duhet të jetë gjithashtu i mirë përcaktuar në kohë dhe shtrirje gjeografike (5 vite? , 10 vite?) cilat zona do të përfshijë, të ketë një publik të synuar, binom gjuhësh (frëngjishte/shqipe).

⁴ Pierre Frustier, “*La communication touristique des territoires*”, 2009

2. Mjeti gjuhësor Sketch Engine si model për ndërtimin e korpuseve, pjesë e analizës gjuhësore të komunikimit turistik

Kohët e fundit, mjaft studiues e venë theksin tek përdorimi dhe mundësitë e shumta që ofrojnë mjetet gjuhësore të trajtimit automatik të teksteve. Në këtë drejtim, E. Schaefer-Lacroix⁵ (2015: 1), në një artikull ku analizon tri sisteme menaxhimi të korpuseve, mes të cilëve edhe Sketch Engine, si mjete për mësimnxënien/mësimdhënien e gjuhëve të huaja, shprehet se « *korpuset automatike digjitale sapo kanë filluar të përdoren tanimë edhe mësimnxënien/mësimdhënien e gjuhëve të huaja* ». Studiues të tjerë, Kilgarriff, Marcowid, Smith et al.⁶ (2015: 24) theksojnë se « *Sketch Engine (Kilgarriff & al. 2004) është një mjet gjuhësor korpusi i klasit të parë i cili përdoret nga leksikografët dhe kërkuesit gjuhësorë që prej vitit 2004. Ai përmban dy pjesë, një për eksplorimin e korpuseve dhe tjetri për ndërtimin dhe menaxhimin e tij.*».

Sketch Engine⁷ është një mjet gjuhësor i cili funksionon online dhe shërben, ndër të tjera, për analizën e tekstit që punon me korpuse tekstore/të shkruara, për të identifikuar atë që është e zakonshme dhe e zakonshme në një gjuhë. Nëpërmjet këtij mjeti gjuhësor, mundësohet trajtimi automatik i fjalëve, fjalive apo dhe teksteve.

Sketch Engine gjeneron një listë fjalësh që përmbajnë fjalët më të shpeshta të përdorura në korpus, në varësi të kriterëve të përzgjedhjes që caktohen nga përdoruesit. Sketch Engine përdoret gjithashtu për të nxjerrë fjalë kyçe ose terminologji tipike nga teksti ose nga faqja e internetit. Nëpërmjet përdorimit të tij, mundësohet edhe krijimi i një Harte semantike. Mjeti gjuhësor për trajtimin automatik të korpuseve, Sketch engine, paraqet dy mënyra për të punuar me korpuse të fushës së turizmit.

⁵ Eva Schaeffer-Lacroix, « Analyse de trois systèmes de gestion de corpus pour l'enseignement-apprentissage des langues étrangères », Alsic [En ligne], Vol. 18, n° 1 | 2015, mis en ligne le 20 décembre 2015

⁶ Kilgarriff Adam, Marcowitz Fredrik, Smith Simon et al., « Corpora and Language Learning with the Sketch Engine and SKELL », Revue française de linguistique appliquée, 2015/1 (Vol. XX), p. 61-80.DOI: 10.3917/rfla.201.0061. URL: <https://www.cairn-int.info/revue-francaise-de-linguistique-appliquee-2015-1-page-61.htm>

⁷ <https://www.sketchengine.eu/>

1. Të mundëson krijimin e një korpusi të ri nga skedarë/file të ngarkuar në formate të ndryshme .doc, etj.

2. Shërben gjithashtu si softuer për ndërtimin automatik të korpusit duke shkarkuar përmbajtje specifike nga Web.

3. Korpusi me dokumente të shkruara në fushën e komunikimit turistik të trashëgimisë materiale mund të ndërtohet edhe duke kombinuar të dyja metodat. Të dhënat e përftuara gjatë ndërtimit të korpusit gjuhësor mund të shtohen në korpus në çdo moment më vonë dhe kështu ta zgjerojnë atë. Duhet theksuar fakti se Sketch Engine nuk është një hapësirë përdorimi publike. Me të hapur llogarinë të të, llogari e cila të jep akses në platformë, përdorimi është dhe mbetet personal ose institucional, në varësi të grupit kërkimor. Tekstet që ngarkohen ruhen në hapësirën e llogarisë personale/të grupit dhe përdorues të tjerë të jashtëm nuk mund t'i qasen teksteve.

2.1. Si krijohet një korpus në Sketch Engine duke ngarkuar skedarë/dosje të shkarkuara paraprakisht?

Ka 3 mënyra për të arritur mënyrën e ndërtimit të korpusit, sipas përshkrimit që i bëme më sipër:

Fillimisht, në pultin e panelit të korpusit CORPUS klikohet NEW CORPUS, më pas, në panelin e zgjedhur të ruajtjes së ekranit të avancuar, klikohet NEW CORPUS, hapet kutia përzgjedhëse e korpusit në krye të çdo ekranit dhe klikohet CREATE CORPUS. Nga ana tjetër, në ndërfaqen e ndërtimit të korpusit, vendoset një emër për korpusin e ri, përzgjidhet gjuha e trajtimit, jepet një përshkrim i shkurtër për të dhe klikohet NEXT.

Në këtë moment, nëse do të punohet me ngarkim tekstesh të përzgjedhura paraprakisht dhe të shkarkuara në kompjuter në formate të ndryshme, .pdf, .docx, etj, zgjidhet opsioni: I have my own texts (kam tekstet e mia), vijohet me ngarkimin e dosjeve/skedarëve që ndodhen në hard diskun e kompjuterit. Ekziston gjithashtu mundësia që skedarë të shumtë të mund të ngarkohen si një arkiv zip. Ky proces mund të përsëritet për ta bërë korpusin më të madh ose mund të kombinohet me ndërtimin e një korpusi të ri nga rrjeti.

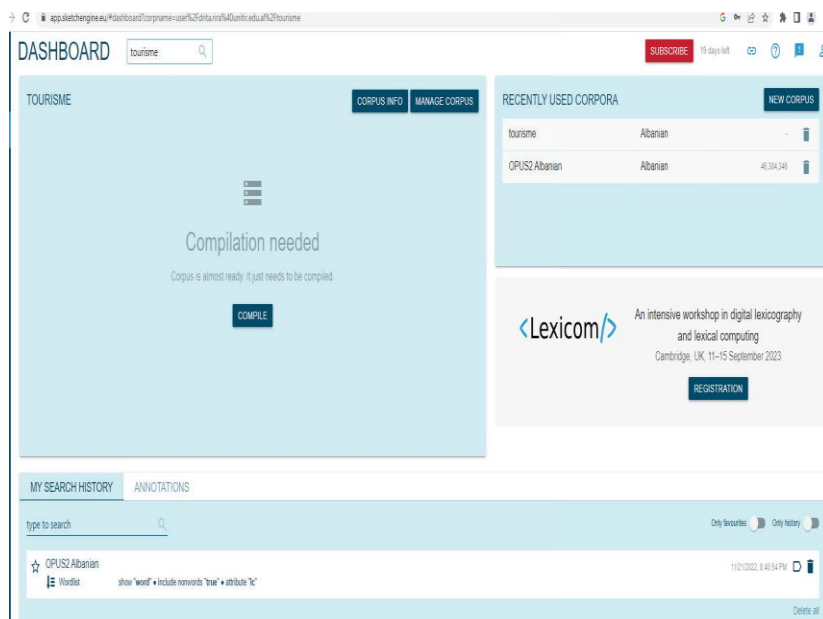


Figura nr.2. Pamje e ekranit gjatë ndërtimit të një korpusi të ri në mjetin gjuhësor Sketch Engine.

Formatet me të cilat ndërtohet korpusi në Sketch Engine janë të larmishme. Ato përfshijnë formatet: *.doc*, *.docx*, *.htm*, *.html*, *.tei*, *.tmx*, *.txt*, *.vert*, *.xml*, *.pdf* (dokumentet në pdf duhet të konvertohen në OCR përpara ngarkimit) *.xls*, *.xlsx*, *.tmx*, *.xlf*, *.xliff*, *.ods* (vetëm për korpuset paralele), *.zip*, *.tar.gz* (kur ngarkohet më shumë se një dokument).

2.2. Si përdoret opsioni “fjalë kyçe dhe terma”-“keywords and terms”?

Nxjerrja e termave, në përgjithësi, ka kuptim vetëm me korpuset e përdoruesve. Pas aksesit në platformë, ndërtohet një korpus ose zgjidhet të trajtohet automatikisht një korpus i ndërtuar më parë. Në panelin e kontrollit, klikohet tek FJALËT KYÇE KEYWORDS&TERMS ose përdoret i njëjti buton në menynë kryesore. Procedura do të fillojë automatikisht. Nxjerrja e termave dhe fjalëve kyçe mund të zgjasë disa minuta për korpuset shumë të mëdha.

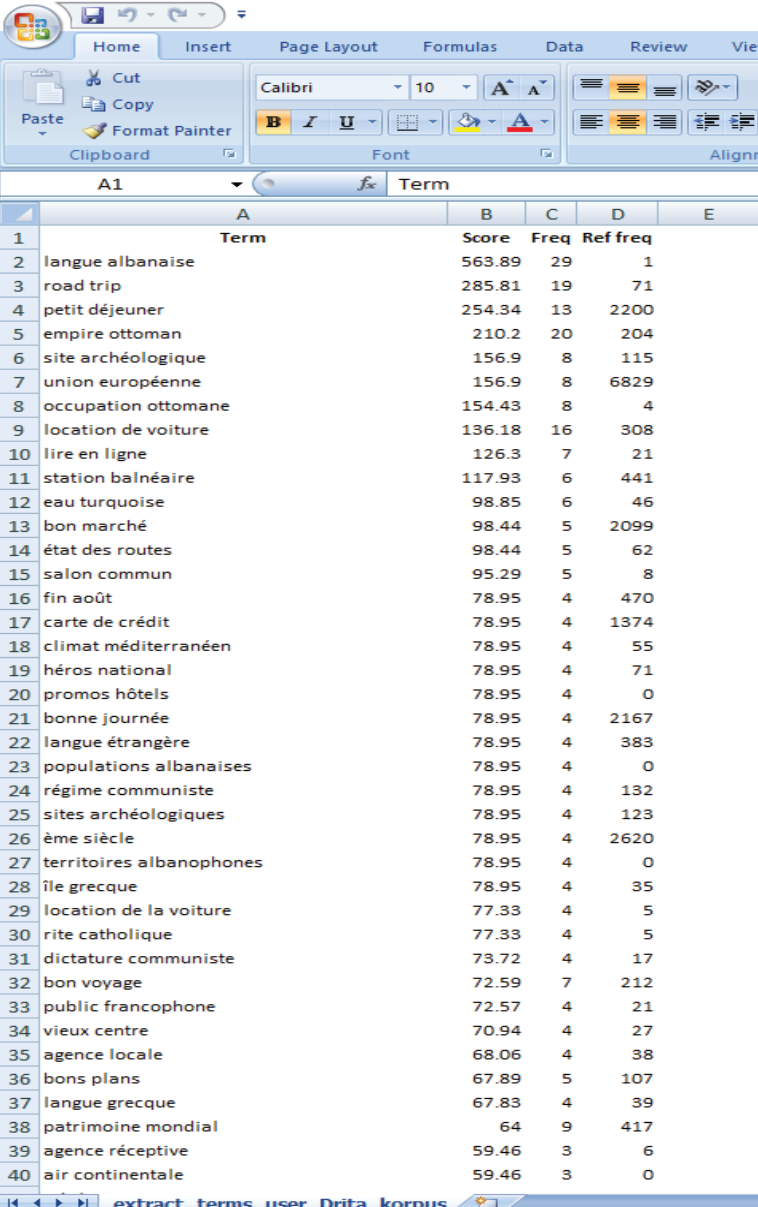
Në rastin e nxjerrjes së fjalëve kyçe dhe termave sipas fushave të komunikimit turistik të trashëgimisë materiale të territorit të Shqipërisë, u nisëm nga parimi se fjalët kyçe dhe termat janë fjalë dhe fraza tipike për korpusin e trashëgimisë materiale, sepse ato shfaqen

në korpusin e përftuar më shpesh sesa në gjuhën e përgjithshme dhe mbartin kuptimet e tyre specifike në to. Kuptuam se ato mund të përdoren për qëllime të ndryshme si p.sh., për të përcaktuar ose kuptuar temën kryesore të korpusit, si edhe nën-fushat e trashëgimisë kulturore.

Sketch Engine arriti të kombinojë statistikën me kriteret gjuhësore për të nxjerrë fjalë kyçe dhe terma. Për të ilustruar korpusin e përftuar për qëllime studimore të projektit, mund të përmendim si shembull korpusin e Imazhit të perceptuar: korpus në frëngjishte , Vitet: 2010 – 2020. Korpusi ishte i përbërë nga 100 tekste: 432 faqe: 60.946 fjalë. Për ndërtimin e korpusit të dokumenteve të shkruara të imazhit të perceptuar, konstatuam se mungon një përmbledhje e artikujve *Revue de Presse* e shtypit të huaj për Shqipërinë në gjuhën frënge. Tipologjia e dokumenteve përfshinte: Artikuj shtypi frankofon Francë, Zvicër, Belgjikë, Kanada: Informacione përmbledhëse, përshtypje, rrëfime udhëtimesh në blogje udhëtarësh, Faqe agjencish turistike, *Routard*, *Tripadvisor*, Itinerare, oferta udhëtimi në Agjenci udhëtimesh.

14	Article de presse	https://avis-vin.ilefigaro.fr/vins-du-monde/carnet-de-voyage/o134569-lalbanie-lun-des-plus-vieux-vignobles-deurope	14-L'Albanie ,l'un des plus vieux vignobles d'Europe	3 février 2018	14
		_____ _____			

Për ndërtimin e korpusit të imazhit të synuar, në mungesë të një korpusi gjuhësor të gjerë të dokumenteve promovuese ekskluzivisht në gjuhën frënge, përfitimi i tij u bë në edhe në shqipe dhe anglishte ku u analizuan 49.103 fjalë. Nëpërmjet Sketch Engine u trajtua në mënyrë automatike <http://albania.al/> - Ueb faqja zyrtare për promovimin e turizmit shqiptar nga Agjencia e Zhvillimit të Turizmit pranë Ministrisë së Turizmit ku gjuha e burimit të informacionit ishte anglishtja si edhe pak broshura dhe dokumente të tjera promovuese në frëngjishte.



	A	B	C	D	E
	Term	Score	Freq	Ref freq	
1	langue albanaise	563.89	29	1	
2	road trip	285.81	19	71	
3	petit déjeuner	254.34	13	2200	
4	empire ottoman	210.2	20	204	
5	site archéologique	156.9	8	115	
6	union européenne	156.9	8	6829	
7	occupation ottomane	154.43	8	4	
8	location de voiture	136.18	16	308	
9	lire en ligne	126.3	7	21	
10	station balnéaire	117.93	6	441	
11	eau turquoise	98.85	6	46	
12	bon marché	98.44	5	2099	
13	état des routes	98.44	5	62	
14	salon commun	95.29	5	8	
15	fin août	78.95	4	470	
16	carte de crédit	78.95	4	1374	
17	climat méditerranéen	78.95	4	55	
18	héros national	78.95	4	71	
19	promos hôtels	78.95	4	0	
20	bonne journée	78.95	4	2167	
21	langue étrangère	78.95	4	383	
22	populations albanaises	78.95	4	0	
23	régime communiste	78.95	4	132	
24	sites archéologiques	78.95	4	123	
25	ème siècle	78.95	4	2620	
26	territoires albanophones	78.95	4	0	
27	île grecque	78.95	4	35	
28	location de la voiture	77.33	4	5	
29	rite catholique	77.33	4	5	
30	dictature communiste	73.72	4	17	
31	bon voyage	72.59	7	212	
32	public francophone	72.57	4	21	
33	vieux centre	70.94	4	27	
34	agence locale	68.06	4	38	
35	bons plans	67.89	5	107	
36	langue grecque	67.83	4	39	
37	patrimoine mondial	64	9	417	
38	agence réceptive	59.46	3	6	
39	air continentale	59.46	3	0	

Figura Nr.3. Pamje e ekranit pas trajtimit automatik të korpunit gjatë nxjerrjes së termave dhe fjalëve kyçe.

Nëpërmjet trajtimit automatik të dokumenteve të shkruara, për fushën e trashëgimisë ARKITEKTURË nga nxjerrja e fjalëve kyçe

dhe termave në tekstet e shkruara të trajtuara automatikisht, dolën elemente të nxjerra në pah në komunikimin me shkrim, për imazhin e perceptuar nga turisti francez:

Amphithéâtres ; architecture communiste (bunker, camps de détention) ; architecture moderne ; architecture postcommuniste ; chalet traditionnel ; châteaux, forteresses, citadelles, tours ; immeubles colorées ; immeubles en construction ; maison traditionnelle ; monuments et statues de personnages célèbres ; ponts ; quartiers typiques ; sculptures de parcs ; sites archéologique ; sites religieux et lieux de culte: -tékés, églises, mosquées, monastères ; tourisme de construction surtout informel ; ville otomane typique, villes et monuments UNESCO.

Po kështu, trajtimi automatik i dokumenteve të komunikimit turistik të trashëgimisë materiale në të dy imazhet, i synuar dhe i perceptuar, na mundësoi gjetje që lidheshin me nënkategoritë e fushave të trashëgimisë, si për shembull, periudhat e ndryshme të historisë që përmendeshin në dokumentet e korpusit të perceptuar, ku doli në pah se në këtë komunikim të perceptuar, periudha komuniste ishte ajo që përbënte më shumë interes për publikun francez që kishte shkruar për Shqipërinë, e ndjekur më pas nga ajo osmane, bizantine, etj. Elemente të vlerësuara të trashëgimisë sonë materiale dhe jo materiale në këtë imazh të perceptuar lidheshin me falë kyçe dhe terma si gjakmarrja, virgjërshat e betuara, Kanuni, etj.

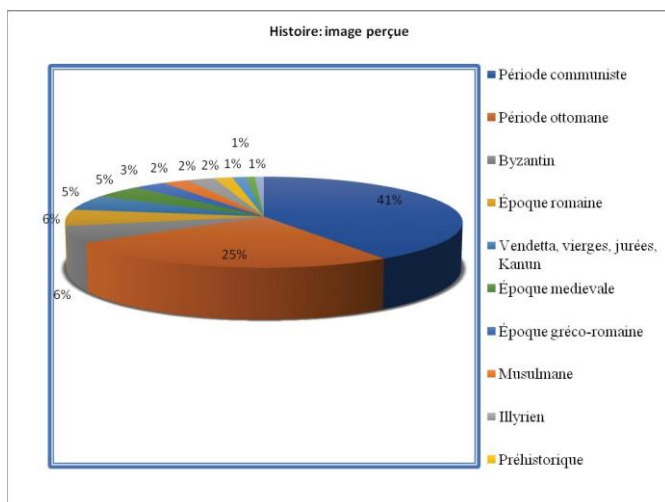


Figura Nr.4. Analizë përmblledhëse e komunikimit të imazhit të perceptuar për fushën e trashëgimisë HISTORI në kuadër të botimit të projektit⁸

Në vija të përgjithshme për rezultatet e përfutuara në kuadër të projektit, përdorimi i Sketch Engine për trajtimin automatik të korpuseve mundësoi nxjerrjen e rezultateve 1. në lidhje me fushat e trashëgimisë ku komunikohet më mirë, më shumë, më pak, më keq. 2. Në lidhje me fushat dhe shkallën e ndryshme të përputhshmërisë së imazheve në komunikimit turistik: imazhe të synuara/të perceptuara. 3. Në lidhje me përqindjen statistikore të paraqitjes (mos) komunikimit mes imazhit të synuar dhe atij të perceptuar. 4. Shkallën e njohjes së vendeve në qasjen krahasimore imazh i synuar *vs* imazh i perceptuar me qëllim analizën e shkallës së njohjes së elementeve materiale të identitetit të prekshëm të territorit: vendeve të promovuara/perceptuara: *qytete, fshatra, dete, liqene, lumenj, male*.

Në përfundim të këtij studimi, ky model analize gjuhësore që mbështetet në trajtimin automatik të teksteve të shkruara nëpërmjet mjetit Sketch Engine, nxori rezultate mbi cilësinë dhe efektshmërinë e komunikimit turistik, një ndër hallkat e sektorit të turizmit, me mjaft rëndësi në orientimin e politikave që lidhen me promovimin turistik

të trashëgimisë materiale dhe të përzgjedhjes më pas të produktit të promovueshëm. Ky model analize mund të përdoret për çifte të tjera gjuhësore për të nxjerrë të tjera rezultate, gjetje e rekomandime në të mirë të promovimit sa më të mirë të trashëgimisë sonë kulturore materiale e jo materiale, por edhe gjithë burimeve turistike që posedon territori i Shqipërisë.

BIBLIOGRAFIA

- Pierre Frustier, La communication touristique des territoires, Territorial Éditions, Francë, (2009),
- Esmeralda Kromidha, Anna Markova, LA VALORISATION DU PATRIMOINE CULTUREL MATÉRIEL ET IMMATÉRIEL – OUTILS LINGUISTIQUES ET STRATÉGIES DE COMMUNICATION LA VALORISATION DU PATRIMOINE CULTUREL MATÉRIEL ET IMMATÉRIEL – OUTILS LINGUISTIQUES ET STRATÉGIES DE COMMUNICATION, Sofie, Bullgari, 2021
- Eva Schaeffer-Lacroix, « Analyse de trois systèmes de gestion de corpus pour l’enseignement-apprentissage des langues étrangères », Alsic [En ligne], Vol. 18, n° 1 | 2015, mis en ligne le 20 décembre 2015
- Kilgarriff Adam, Marcowid Fredrik, Smith Simon et al., « Corpora and Language Learning with the Sketch Engine and SKELL », Revue française de linguistique appliquée, 2015/1 (Vol. XX), p. 61-80.DOI: 10.3917/rfla.201.0061. URL: <https://www.cairn-int.info/revue-francaise-de-linguistique-appliquee-2015-1-page-61.htm>
- <https://www.sketchengine.eu/>